

## MEMORIA TÉCNICA

SOLICITANTE	
CIF	
ACRÓNIMO	Utopic
NOMBRE COMPLETO	Utopic Studios, sl

TÍTULO PLAN EMPRESARIAL
Consecución de un plan de negocio viable para la aplicación de la Realidad Virtual en el sector sanitario

**Este proyecto se presenta a una actuación cofinanciada por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional, por lo que todas las acciones de comunicación y publicidad deberán atenerse a lo indicado en la Resolución del Presidente del IVACE, por la que se convocan las ayudas dirigidas a facilitar el desarrollo de planes empresariales para el crecimiento de nuevas empresas innovadoras de la Comunitat Valenciana, con cargo al presupuesto del ejercicio 2019.**

## **A. CARACTERÍSTICAS DE LA EMPRESA**

### **1.1 Descripción de la sociedad y su objeto**

La actividad de la sociedad UTOPIC ESTUDIOS se inicia en el CEEI de Valencia en el ejercicio 2016. Algunos meses después de su constitución, la empresa se instala definitivamente en el CEEI de Castellón por la vinculación de sus socios con esta ciudad.

Utopic Estudios es una empresa de base tecnológica, que realiza desarrollos audiovisuales en realidad virtual, proyectos de realidad aumentada y realización de vídeos esféricos, tanto por iniciativa propia como por encargo de terceros, ámbitos todos en los que la empresa ha adquirido ya una amplia experiencia a pesar de su juventud. El interés en este campo, entendido en un sentido amplio, deriva de su característica de ser un elemento claramente innovador que presenta ventajas competitivas y supone un importante ahorro de costes. Los proyectos de transformación digital son una prioridad para las empresas, estas optimizan cada vez más los procesos existentes para mejorar la eficiencia, amplían los procesos con el fin de captar nuevo valor y transforman los modelos de negocio para obtener nuevos flujos de ingresos.

### **1.2 Estructura Organizativa de la empresa**

Organizativamente podrían diferenciarse dos grandes áreas, que a su vez están íntimamente relacionadas, puesto que ninguna de ellas podría funcionar sin la otra. Un área de producción que englobaría tanto el diseño como la programación y un área de comunicación, que abarcaría marketing, ventas y administración. La empresa dispone un coordinador de áreas de 59 años; un director de tecnología (y programador) de 26 años; un director artístico (y modelador) de 46 años, una asesora jurídico-administrativa de 53 años, un programador de 24 años, un modeladores de 20 años, un encargado de operaciones comerciales (marketing y administración) de 29 años y dos estudiantes de ciclo medio de informática.

Cada uno de los trabajos tiene su propia parcela de responsabilidad, las decisiones se toman de forma consensuada y colegiada por lo que se hace imprescindible un intercambio de información ágil y constante.

Creemos firmemente en nuestro equipo y lo consideramos como nuestro mejor valor.

### **1.3 Campo de actividad de la sociedad y clientes más significativos**

UTOPIC ESTUDIOS desarrolla experiencias inmersivas de realidad virtual en las que mediante el uso de diversa tecnología de hardware (casco, gafas o un sistema de cámaras de posicionamiento, por ejemplo) se consigue interactuar con el espacio físico en un entorno virtual. El usuario puede realizar muchísimas actividades en este entorno virtual,

como son coger objetos y manipularlos, crear o dibujar formas y figuras y un sinnúmero de acciones más mientras se desplaza libremente por el espacio virtual diseñado. Durante la experiencia la inmersión es tan absoluta que el usuario va a percibir sensaciones y emociones de gran intensidad y realismo pero, sin embargo, libres de cualquier peligro.

UTOPIC ESTUDIOS puede realizar proyectos adaptados en cualquier ámbito de la actividad humana, contando ya con experiencia en la implementación de realidad virtual en el sector sanitario, industrial, arquitectónico, turístico, cultural o educativo; así como en el campo de la prevención de riesgos laborales y emergencias.

Durante los tres años que lleva funcionando, UTOPIC ESTUDIOS ha realizado desarrollos para empresas importantes como son Kitron Noruega, Facsa Castellón, Olorama, Reyval, Zschimmer Schwartz España, la Asociación de Esclerosis Múltiple de Castellón, la Unión de Mutuas, o el propio CEEI de Castellón. Dentro de las Administraciones Públicas la empresa ha trabajado para el Ayuntamiento de Benicàssim, para quién ha desarrollado una experiencia de realidad virtual en el ámbito turístico, que ha consistido en una recreación de la Torre de San Vicente con la simulación del episodio de un ataque pirata.

#### 1.4 Descripción de la tecnología e innovación desarrollada. Sello EIBT

En la actualidad es posible terminar con las barreras que existen entre el mundo real y un mundo totalmente perceptivo e irreal, gracias a las **tecnologías desarrolladas sobre la base de plataformas de la realidad virtual**.

Del mismo modo que la pluma, el lápiz o el boli, y posteriormente la máquina de escribir o el ordenador, permiten escribir libros, la realidad virtual permite crear entornos tridimensionales y estereoscópicos donde las personas pueden interactuar entre sí, y pueden mover objetos gráficos como si de objetos reales se tratase. Para poder acceder a esos entornos virtuales deben utilizarse dispositivos en forma de casco y complementariamente pueden utilizarse, guantes, mandos y otros elementos.

Los elementos necesarios para crear las **aplicaciones en realidad virtual** están compuestos por el equipo informático, un determinado Hardware y Software. el conjunto de todos estos elementos se denomina **Reality Engine**.

**Pero, hay que tener en cuenta que es el software quien será el encargado de generar y enviar las instrucciones necesarias hacia la computadora, para poder generar aplicaciones en realidad virtual.**

En la actualidad **puede hallarse la aplicación de la realidad virtual en un sinnúmero de ámbitos científicos**, tales como la ingeniería espacial, la física, las matemáticas, y por supuesto todos los campos relacionados a la informática.

A pesar de la complejidad que envuelve a la **plataforma de la realidad virtual**, es también utilizada para brindar a las personas un ámbito de entretenimiento y diversión, ya que ha sido aplicada en diversos videojuegos, y se estima que en el futuro será **una de las tecnologías más difundidas a nivel masivo**.

**Es una cuestión pacífica considerar el uso de software para el desarrollo de aplicaciones innovadoras, así como, el propio desarrollo de software como una Tecnología informática (TI). En la empresa Utopic Estudios desarrollamos software propio, tanto Software de**

## Sistemas como Software de aplicaciones.

**Utopic Estudios**, centra su actividad en el desarrollo de nuevas aplicaciones sobre la base de una nueva tecnología: La realidad virtual. Y esto lo hace para generar nuevos productos en el ámbito de la formación, los procesos industriales, sector sanitario y también para actividades de ocio.

Recientemente ha obtenido el reconocimiento de la Asociación Nacional de CEEI Españoles (**ANCES**) como empresa Innovadora de Base Tecnológica (EIBT).

## LÍNEAS DE NEGOCIO

Nuestra empresa tiene **dos líneas de negocio** claramente diferenciadas, por una parte, realiza **proyectos a medida, bajo demanda**, para otras empresas y por otro lado ofrece **productos de desarrollo propio**, que se ofrecen bajo la fórmula de licencia, sin descartar la venta del producto cerrado, según circunstancias propias de la demanda.

**Nuestro valor añadido la calidad y la autonomía en la creación de las experiencias:** conseguimos una inmersión perfecta y absolutamente dinámica en el mundo virtual. Experiencias virtuales sin latencia, lo que quiere decir que están adaptadas para evitar cualquier mareo o malestar que pueden generar algunas experiencias de realidad virtual. Pero además, nuestro equipo está preparado para desarrollar todas las fases del proyecto, de principio a fin. Creamos nuestras propias historias y las desarrollamos, creamos personajes, los modelamos y animamos, programamos el software de soporte y ofrecemos el mantenimiento y actualización de cada experiencia.

## PROYECTOS PROPIOS

### 1.5 IKINSU

Respecto del desarrollo de proyectos propios, el primero de ellos **IKINSU** ([www.ikinsu.com](http://www.ikinsu.com)) es una plataforma que aúna diferentes herramientas de rehabilitación y que consta en este momento de 6 niveles o actividades diferentes. La plataforma que permite la obtención y análisis de métricas está completamente desarrollada, pero el modelo de negocio se basa en desarrollar periódicamente nuevos niveles, con diferentes actividades, para tratar de abarcar el mayor número posible de ejercicios. Por otro lado es necesario incrementar el número de actividades para mantener el interés por parte de los usuarios. IKINSU va dirigido a todas las entidades que tratan con enfermos que precisan de una rehabilitación específica o general, asociaciones, mutuas, centros de rehabilitación públicos y privados. Una de nuestras ventajas competitivas es que, aunque la experiencia se comercializa como producto cerrado, también existe la posibilidad de adaptación a las concretas necesidades de cada cliente, esto implica un desarrollo exclusivo y personalizado que, sin embargo resulta económicamente accesible.

Resulta importante señalar que la plataforma IKINSU nace como resultado de la colaboración de Utopic Estudios con la Asociación de Esclerosis múltiple de Castellón (AEMC), para el desarrollo de un prototipo inicial de una herramienta de rehabilitación neurocognitiva que se denomina **Ikigai Neurolab**. Los profesionales sanitarios de la AEMC han sometido a esta herramienta a un test inicial. La AEMC comprobó si el programa causaba molestias a los pacientes, si se sentían cómodos con las gafas y si les resultaba útil como medida rehabilitadora. Se diseñaron los ejercicios de forma que se diera respuesta a

las necesidades de los dos tipos de pacientes definidos por los profesionales de AEMC: un perfil más joven de entre 20 y 40 años, que necesitan estimulación desde fases muy tempranas de la enfermedad y otro grupo con mayor evolución de la enfermedad y con más deterioro cognitivo motor que afecta a su vida cotidiana

De este modo la realidad virtual se transforma en apoyo real a los enfermos de esclerosis múltiple.

La efectividad de los ejercicios planteados en Ikigai Neurolab para esclerosis múltiple se sustenta en recientes estudios que evidencian que el entrenamiento cognitivo, combinado con ejercicios aeróbicos, resulta eficaz para mejorar el funcionamiento cognitivo. Se han observado mejoras de la velocidad de procesamiento de la información, integridad de sustancia gris y blanca, mayor activación de giro frontal y disminución del cortex cingulado anterior durante tarea de función ejecutiva en EM tras someter a un paciente con esclerosis múltiple a ejercicios aeróbicos con mayor exigencia de tasa cardíaca (Motl et al. 2016).

Es por ello, que dos de los ejercicios de Ikigai Neurolab, están diseñados a modo de “tarea dual” con el objetivo de estimular tanto la parte de aumento de ejercicio aeróbico, coordinación óculo manual, equilibrio y rango articular junto con variables cognitivas como son la atención focalizada, atención sostenida y velocidad de procesamiento de la información.

Por otro lado, cabe destacar que otro de los objetivos de Ikigai Neurolab es el de estimular dominios cognitivos simples (memoria de fijación verbal, memoria de trabajo, atención, funciones ejecutivas...) sobre tareas de la vida diaria simuladas virtualmente, lo que nos lleva a conseguir una rehabilitación cognitiva sustentada en tareas que pueden ser generalizables posteriormente a la vida real.

Con ambos bloques de ejercicios, se pretende ofrecer al paciente con esclerosis múltiple no solo una alternativa terapéutica sino una herramienta potencialmente útil y eficaz a la hora de mejorar el rendimiento cognitivo y el funcionamiento motriz siendo además, altamente motivadora y divertida.

En la actualidad la herramienta IKINSU, ofrece la realización de ejercicios englobados en **tres ramas conceptuales:**

- Rehabilitación cognitiva (Ikigai neurolab)
- Rehabilitación física
- Tratamiento de fobias

Estos ejercicios pueden realizarse de dos modos. El modo PARAMETRICS, que permite al terapeuta un control total de su ejecución así como el registro de datos y de resultados, y el modo BASIC, en el cual este control resulta más limitado.

## **1.6 EJERCICIOS DE REHABILITACIÓN COGNITIVA**

Los ejercicios de rehabilitación cognitiva están enfocados a aquellos pacientes que sufren un deterioro cognitivo leve o demencia en fase temprana. Las actividades están centradas en conseguir una mejora en la atención, la memoria el desarrollo cognitivo, también incluye actividades de terapia ocupacional. Esta rama albergaría los ejercicios desarrollados, en colaboración con la AEMC, cuyo conjunto denominamos IKIGAI NEUROLAB. Algunos de los ejercicios que componen este pack son:

- ❖ Memorización numérica por medio de simulación real en un teclado telefónico.

- ❖ Discriminación de figuras geométricas por color y forma.
- ❖ Reconocimiento y discriminación de diferentes frutas y verduras.
- ❖ Configuración de un pastillero según medicación prescrita.
- ❖ Elaboración de un menú en una cocina siguiendo las instrucciones de un recetario.
- ❖ Simulación de pago en un cajero con inmersión absoluta en entorno real.
- ❖ Reposición de objetos en una estantería tras tiempo de memorización.
- ❖ Identificación/Selección de diferentes figuras humanas siguiendo los patrones recibidos en instrucción previa.

### 1.7 EJERCICIOS DE REHABILITACIÓN FÍSICA

Los ejercicios de rehabilitación física se encuentran todavía en fase de desarrollo. Por medio de la realidad virtual se consigue la reproducción de entornos estimulantes y atractivos visualmente con actividades dinámicas y absolutamente inmersivas, con las que se obtiene la motivación necesaria para conseguir más fácil y agradablemente la recuperación de la pérdida de movilidad o de la fuerza en la condición física y de la capacidad funcional en general.

### 1.8 TRATAMIENTO DE FOBIAS

Respecto del tratamiento de fobias, la realidad virtual ofrece a los terapeutas la posibilidad de tratar fobias por medio de una tecnología innovadora que permite la reproducción de entornos reales y seguros, para conseguir la exposición de los pacientes a la causa del problema sin riesgo alguno para los mismos y bajo el control absoluto del profesional.

La herramienta IKINSU se propone incorporar ejercicios para tratar **la claustrofobia, la acrofobia y la agorafobia**, por tratarse de las fobias más comunes que permiten una aplicación de realidad virtual en su tratamiento.

**La agorafobia**, trastorno que consiste en un miedo y una ansiedad intensos de estar en lugares de donde es difícil escapar o donde no se podría disponer de ayuda. La agorafobia generalmente involucra miedo a las multitudes, a los puentes o a estar solo en espacios.

**La claustrofobia** supone un temor a los espacios cerrados y **la acrofobia** el temor a las alturas.

Como ya se ha indicado la herramienta consigue por medio de la realidad virtual inmersiva la reproducción de entornos reales y seguros, para conseguir la exposición de los pacientes a la causa del problema sin riesgo alguno para los mismos y bajo el control absoluto del profesional.

Para estos desarrollos Utopic cuenta con la colaboración de la Doctora colegiada Cristina Guinot, residente de psiquiatría del Hospital Provincial de Castellón.

## B. CARACTERÍSTICAS DEL PLAN EMPRESARIAL

### B.1. Descripción del plan empresarial

- **B.1.1 Justificación de la necesidad del plan empresarial a partir de la situación actual de la empresa.**

Resaltamos primeramente los aspectos más relevantes del plan empresarial:

- 1- **Proyecto innovador y de fuerte inversión tecnológica.** El presente proyecto empresarial busca convertir una tecnología desarrollada por la empresa, en un negocio sostenible en el tiempo. La empresa lleva unos años desarrollando unas herramientas de Realidad Virtual para el sector sanitario, para su uso en rehabilitación cognitiva, física y para el tratamiento de fobias, así como otras para el sector ocio. Sin embargo, pese a que las ventajas que estas herramientas aportan son muy grandes e indiscutibles, a los posibles clientes les cuesta mucho integrar su uso en su día a día. Y esto es debido eminentemente a que ***el grado tecnológico es muy importante, y las herramientas en sí muy innovadoras y disruptivas***. La principal barrera de entrada es precisamente que hay que abrir un mercado hasta ahora inexistente.
- 2- **Viabilidad económica contrastada.** La empresa lleva un año realizando acciones comerciales. Durante este tiempo, ha podido constatar claramente el interés de mercado por lo que ofrecemos, y ya existe de hecho una implantación en un importante cliente institucional, que lo está usando con éxito. Por lo tanto, ***la viabilidad económica del proyecto es un hecho contrastado***, aunque se haga necesario el re- evaluar el modelo de negocio y sus vertientes ejecutivas (plan estratégico, de marketing), para posibilitar el crecimiento y estabilidad de la firma.
- 3- **Gran impacto socio-económico del proyecto.** Lo que la empresa ofrece al mercado es una nueva herramienta tecnológica para el tratamiento de enfermedades de gran crecimiento e impacto social: Alzheimer, Esclerosis múltiple, Fobias. La realización del presente proyecto supondrá que la empresa pueda seguir en el mercado, crecer geográficamente y que crezca su oferta de herramientas. Ya hemos tenido ocasión de ser testados por las principales asociaciones a nivel nacional de Alzheimer y Esclerosis múltiple, y podemos asegurar que ***el impacto social de nuestros productos es muy evidente***. Y así lo han entendido también el Ayuntamiento de Castellón y Enisa, empresa nacional de innovación y, que dentro de sus políticas de innovación nos han otorgado al otorgarnos (premios, ayudas, etc).

- 4- **Marcas y Patentes.** Resulta imposible patentar programas informáticos, sin embargo, el software queda automáticamente protegido por los derechos de autor en todos los países que forman parte del Convenio de Berna. Además, Utopic Estudios ha procedido a registrar como **marca propia Utopic Rooms, Ikinsu e Ikgay Neurolab** (parte de Ikinsu destinada a enfermos de esclerosis múltiple).
  
- 5- **Complementariedad y Alineación con políticas de Innovación.** Está demostrado que las tecnologías inmersivas mejoran la eficiencia, productividad y seguridad de las empresas en general, la realidad virtual es replicable en cualquier actividad empresarial y transversal a cualquier sector. Concretamente Ikinsu, como herramienta de rehabilitación, está alineada con las políticas de innovación **destinadas a la promoción de la salud y el bienestar**, pudiendo complementarse con iniciativas de I+D destinadas al desarrollo de actividades VR/AR dirigidas a centros residenciales, centros de día y de noche o centros geriátricos. Por otro lado los desarrollos a medida de realidad virtual son transversales a cualquier sector, aunque entendemos que es especialmente complementaria en actividades de desarrollo industrial con asistencias en remoto y en educación por medio de desarrollos innovadores de CLMS (gestión de sistemas de aprendizaje) introduciendo realidad virtual o realidad aumentada en los mismos.

Durante estos años, la empresa ha podido constatar que depender únicamente de los ingresos que genera el desarrollo de proyectos puntuales por encargo de terceros, conlleva la imposibilidad de crecimiento de la empresa. No es posible la captación de nuevos inversores si no se tienen ingresos recurrentes, ni la contratación de personal con perfiles senior. Tampoco están justificadas las inversiones en esfuerzos comerciales o en cualquier otro campo. Dedicada únicamente a desarrollos por cuenta de terceros, la empresa sigue un camino sin salida que impide el crecimiento del negocio.

Por ello, desde el 2018 en adelante la empresa ha desarrollado y comercializado productos propios mediante la modalidad de licencias por uso o similares, que pueden suponer una recurrencia de ingresos. Los campos elegidos, como ya se ha expuesto anteriormente, han sido dos:

- La plataforma virtual de nombre comercial “Ikinsu”, para su uso en el sector sanitario, y que se define como una herramienta de ayuda para los profesionales médicos dedicados a la rehabilitación cognitiva y física, así como en el tratamiento de fobias.
- El concepto “Utopic rooms”: una modalidad de “Escape rooms” virtuales, que se enmarcan dentro del sector ocio.

La empresa ha dedicado muchos esfuerzos, tiempo, ilusión y dinero en ambas líneas de negocio, y en ambas líneas los resultados piloto han sido satisfactorios: Por lo que respecta al sector sanitario, el desarrollo piloto ha sido implementado en la asociación de esclerosis múltiple de Castellón así como en cinco de las sedes de la Unión de Mútuas de Castellon,,  

---



con buenos resultados.

En ocio, la firma ha habilitado una instalación abierta al público, que ha tenido una gran aceptación, sobrepasando ya las 1.500 visitas.

Una vez validadas las pruebas piloto, la empresa debe afrontar la siguiente fase, consistente en construir un negocio recurrente y escalable alrededor de esos productos, previa decisión de si debe mantener en ambos sectores, a la vez que mantiene sus ingresos por desarrollo de proyectos, o si por el contrario debería de elegir solo alguno de ellos, donde especializarse.

Así las cosas, la empresa necesita llevar a cabo las siguientes actuaciones:

- Un **diagnóstico estratégico** de las tres líneas de negocio de la firma que, una vez analice el mercado, la competencia y la situación de la propia firma, determine con qué ventajas competitivas cuenta, cual es la mejor forma de ponerlas en valor y cual es la mejor forma de presentarse al mercado. Igualmente, ese diagnóstico debe determinar la viabilidad o no de que la firma esté presente en las tres líneas de forma simultánea, y si es realista ese acercamiento al mercado.
- Sobre la base del diagnóstico anterior, deberá desarrollarse una **definición del modelo de negocio**, que conteste de forma muy específica a las preguntas de qué comercializar, como hacerlo, cuales deben ser los clientes, etc. Esa definición de modelo de negocio presentará como resultado el germen de un plan de marketing y unos estados financieros previsionales.
- Cogiendo como base al plan de marketing bocetado como resultado de la definición del modelo de negocio, deberá desarrollarse toda la estrategia comercial de la firma, con la preparación de un **Plan de marketing** completo para un horizonte temporal de al menos tres años.

El resultado deseado de esas actuaciones es que, a la finalización de las mismas, la empresa pueda:

- 1- Entender de forma clara en qué mercados debe estar, con que productos, a qué precios y con qué estrategia. Y que todo eso sea el resultado de un proceso de análisis y toma de decisiones profesional y fundamentado en conocimiento
- 2- Ganar confianza en el proyecto, que anime a mantener un adecuado nivel de inversión en capital humano y esfuerzo comercial
- 3- Estar en posición de explicar su modelo de negocio a terceros, posibilitando la captación de capital de inversores externos.

- **B.1.2 Descripción, duración estimada y resultados esperados del plan empresarial, indicando los principales hitos a alcanzar y áreas de actuación.**

El presente plan empresarial consta por lo tanto de **tres fases** principales, cada una de las

cuales tendrá un fin definido y medible, y que a su vez darán la base para el comienzo de la siguiente fase. La descripción de las fases, su segmentación en diferentes subfases, duraciones estimadas e hitos que se esperar son las siguientes:

- **Fase 1. Diagnóstico estratégico. (Inicio 1 de abril/2020)**

En cada una de las actuales líneas de negocio de la firma:

- 1.1. Analizar cuál es la propuesta de valor actual de la empresa. Si es coherente, sostenible, innovadora
- 1.2. Analizar el mercado adecuado para esa propuesta de valor, a nivel nacional:
  - 1.2.1. Quienes son los clientes más adecuados.
  - 1.2.2.Cuál es la percepción real de valor de esos clientes de la oferta de la empresa.
  - 1.2.3. Cuánto estarían dispuesto a pagar
- 1.3. Analizar qué competencia existe. Qué está haciendo. A qué precios
- 1.4. Comparar nuestra propuesta de valor con la de la competencia, así como las propias empresas. Desarrollo de DAFO. Aislar ventaja(s) competitivas
- 1.5. Llevar a cabo un análisis de viabilidad económica coste/beneficio

De forma independiente a las actuales líneas de negocio:

- 1.6. Analizar el uso de la realidad virtual/ realidad aumentada en otros campos
- 1.7. Localizar posibles nichos de negocio accesibles para la empresa, en base a su realidad actual.

Como conclusiones de esta fase, se espera:

- 1.8. Concluir cuáles de las líneas de negocio actuales es recomendable mantener
- 1.9. Concluir que variaciones deberían hacerse en las propuestas de valor
- 1.10 Sugerir nuevas líneas de negocio, recomendando actuaciones futuras
- 1.11 Definir un plan estratégico a 1, 3 y 5 años.

La duración de esta fase de diagnóstico estratégico se estima en cuatro meses.

**Finalización 30 de julio**

- **Fase 2. Definición del modelo de negocio (Inicio 1 de septiembre)**

Teniendo como punto de partida las conclusiones anteriores, en esta se debe llegar a un modelo de negocio integral para la empresa, que garantice su viabilidad económica.

- 2.1 Para cada una de las líneas de negocio, definir el marketing mix adecuado: precios, sistema de comercialización, forma de distribución, inversiones necesarias, etc.
- 2.2 En paralelo a lo anterior, desarrollar unos estados financieros previsionales, que validen el modelo de negocio propuesto.

El resultado de esta fase debe ser la consecución de las líneas maestras de un futuro Plan de marketing, y la presentación de unos estados financieros

previsionales, a 1 y tres años.

La duración de esta fase se estima en dos meses. Finalización **30 de Octubre/2020**

- **Fase 3. Elaboración de un Plan de marketing (inicio 1 de noviembre)**

Recogiendo las líneas maestras resultado de la fase anterior, se elaborará un detallado plan de marketing, que constará de las siguientes fases habituales:

3.1 Análisis de la situación: Donde estamos y a donde queremos llegar. La competencia, el mercado, etc

3.2 Determinación de los objetivos. El plan estratégico previo, así como la definición del modelo de negocio habrán definido los objetivos de una forma general. En esta fase se concretarán de una forma mas detallada, y con un plan temporal de baja escala

3.3 Elaboración de las estrategias, para la consecución de los objetivos

3.4 Plan de acción. Detallado, mes a mes, con estimación de costes y resultados esperados

3.5 Establecer el presupuesto. Y su impacto en los estados financieros previsionales

3.6. Determinar los mecanismos de control más adecuados, y los planes de contingencia

Esta fase finalizará con la consecución de un Plan de marketing para la firma a tres años vista. Su finalización se estima en 2 meses, el **31 de diciembre de 2020**

Es importante mencionar que el presente proyecto busca sobre todo asegurar una forma sostenible de aplicar la realidad virtual en la rehabilitación cognitiva de pacientes afectados por diversas dolencias.

En este campo, la innovación tecnológica es evidente, ya que el uso de la realidad virtual en ese campo es algo muy incipiente, y sobre lo que se están realizando estudios en la actualidad

Por otra parte, también es necesaria la mención de que si se encuentra la forma de darle viabilidad a este proyecto, esta herramienta puede quedar al alcance de las asociaciones de afectados por esclerosis múltiple, Alzheimer y daño cerebral. En estos momentos y pese a que la herramienta ya existe, no nos ha sido posible ofrecerla a estas asociaciones a un precio que pueda quedar a su alcance.

**C.2 Plan de trabajo/C.3 Adecuación de la metodología.**

FASES					
Nº	Nombre	Mes inicio	Mes finalización	Horas previstas	Resultado / hito a alcanzar
1.1	Análisis de la propuesta de valor actual	mar-20	abr-20	30	Entender por parte del asesor donde se encuentra la empresa, en cada una de sus líneas de negocio
1.2	Análisis de mercado	abr-20	abr-20	50	Entender el mercado al que se dirige la firma, y el valor que se le da a la actual propuesta de valor. Analizar si es el mas adecuado o si existen alternativas
1.3	Análisis de la competencia	abr-20	may-20	50	Determinar el grado de competencia que existe en el mercado objetivo. Sus estrategias y sus propuestas de valor
1.4	Aislar ventaja competitiva	may-20	may-20	30	Análisis comparativo que permita determinar la(s) ventajas competitivas existentes
1.5	Análisis viabilidad coste/beneficio	may-20	jun-20	30	Determinar la viabilidad de los actuales planteamientos de la firma
1.6	Análisis de otros campos de uso de la RV/ RA	jun-20	jun-20	50	Detectar nuevas posibilidades de desarrollo de la firma
1.7	Localización de nichos de mercado alternativos	jul-20	jul-20	50	Determinar la viabilidad de otras posibilidades de negocio, no exploradas por la firma
1.8-1.11	Conclusiones del estudio. Plan estratégico a 1,3 y 5 años	jul-20	jul-20	80	Conclusiones y presentación del plan estratégico de la firma
2.1	Definición del marketing mix adecuado en cada línea de negocio	sep-20	sep-20	100	Definir el modelo de negocio a seguir
2.2	Desarrollo de estados financieros previsionales	oct-20	oct-20	30	Tener un plan financiero que recoja el plan de negocio fijado
3.1	Análisis de la situación del desarrollo comercial y de marketing de la firma	oct-20	oct-20	30	Entender por parte del asesor donde se encuentra la empresa en cuanto a su presentación al mercado
3.2	Determinación de objetivos del plan de marketing	oct-20	oct-20	30	Recoger los objetivos generales provenientes del plan estratégico y de la definición del modelo de negocio, y bajarlos a un plan de marketing ejecutivo
3.3	Elaboración de la estrategia	nov-20	nov-20	60	Definir la estrategia de marketing adecuada a cada línea de negocio
3.4	Elaboración de un plan de acción	nov-20	nov-20	80	Elaboración del plan de acción, mes a mes durante todo el horizonte de trabajo
3.5	Preparación del presupuesto de marketing	dic-20	dic-20	50	Consecución del presupuesto de marketing
3.6	Determinación de los mecanismos de control y planes de contingencia	dic-20	dic-20	50	Consecución del plan de control/ mecanismos de contingencia
<b>TOTAL</b>				<b>800</b>	

FICHA DESCRIPTIVA		Análisis de la propuesta de valor actual			
FASE Nº.	1.1	Fecha de comienzo:	15/03/2020	Fecha de fin:	01/14/2020
Presencial/ On line / Otro (indicad)	Presencial/otros				
Objetivos:	Entender por parte del asesor donde se encuentra la empresa, en cada una de sus líneas de negocio				
Descripción del trabajo (actividades):					

Reuniones con la junta de dirección y los responsables comerciales de la firma		
<b>Resultado / hito, documentación acreditativa:</b>		
Fase interna, sin documentación acreditativa		
<b>FICHA DESCRIPTIVA</b>		<b>Análisis de mercado</b>
<b>FASE Nº.</b>	<b>1.2</b>	<b>Fecha de comienzo:</b> 01/04/2020 <b>Fecha de fin:</b> 30/04/2020
<b>Presencial/ On line / Otro (indicad)</b>		Presencial/otros
<b>Objetivos:</b>		
Entender el mercado al que se dirige la firma, y el valor que se le da a la actual propuesta de valor. Analizar si es el mas adecuado o si existen alternativas		
<b>Descripción del trabajo (actividades):</b>		
Investigación de mercado. Reuniones presenciales con clientes. Reuniones con los responsables comerciales. Dirección del equipo comercial		
<b>Resultado / hito, documentación acreditativa:</b>		
Se emitirá un informe a la finalización de la fase		

<b>FICHA DESCRIPTIVA</b>		<b>Análisis de la competencia</b>
<b>FASE Nº.</b>	<b>1.3</b>	<b>Fecha de comienzo:</b> 30/04/2020 <b>Fecha de fin:</b> 15/05/2020
<b>Presencial/ On line / Otro (indicad)</b>		Presencial/otros
<b>Objetivos:</b>		
Determinar el grado de competencia que existe en el mercado objetivo. Sus estrategias y sus propuestas de valor		
<b>Descripción del trabajo (actividades):</b>		
Investigación de mercado. Reuniones con los responsables comerciales. Dirección del equipo comercial		
<b>Resultado / hito, documentación acreditativa:</b>		
Se emitirá un informe a la finalización de la fase		

<b>FICHA DESCRIPTIVA</b>		<b>Aislar ventaja competitiva</b>
<b>FASE Nº.</b>	<b>1.4</b>	<b>Fecha de comienzo:</b> 15/05/2020 <b>Fecha de fin:</b> 30/05/2020
<b>Presencial/ On line / Otro (indicad)</b>		Presencial/otros
<b>Objetivos:</b>		
Análisis comparativo que permita determinar la(s) ventajas competitivas existentes		
<b>Descripción del trabajo (actividades):</b>		
Reuniones con la junta de dirección y los responsables comerciales de la firma.		

<b>Resultado / hito, documentación acreditativa:</b>
Se emitirá un informe a la finalización de la fase

FICHA DESCRIPTIVA		Análisis viabilidad coste/beneficio			
FASE Nº.	1.5	Fecha de comienzo:	30/05/2020	Fecha de fin:	15/06/2020
<b>Presencial/ On line / Otro (indicad)</b>		Presencial/otros			
<b>Objetivos:</b>					
Determinar la viabilidad de los actuales planteamientos de la firma					
<b>Descripción del trabajo (actividades):</b>					
Reuniones con la junta de dirección y los responsables comerciales de la firma.					
<b>Resultado / hito, documentación acreditativa:</b>					
Se emitirá un informe a la finalización de la fase					

FICHA DESCRIPTIVA		Análisis de otros campos de uso de la RV/ RA			
FASE Nº.	1.6	Fecha de comienzo:	15/06/2020	Fecha de fin:	30/06/2020
<b>Presencial/ On line / Otro (indicad)</b>		Presencial/otros			
<b>Objetivos:</b>					
Detectar nuevas posibilidades de desarrollo de la firma					
<b>Descripción del trabajo (actividades):</b>					
Investigación de mercado					
<b>Resultado / hito, documentación acreditativa:</b>					
Se emitirá un informe a la finalización de la fase					

FICHA DESCRIPTIVA		Localización de nichos de mercado alternativos			
FASE Nº.	1.7	Fecha de comienzo:	01/07/2020	Fecha de fin:	15/07/2020
<b>Presencial/ On line / Otro (indicad)</b>		Presencial/otros			
<b>Objetivos:</b>					
Determinar la viabilidad de otras posibilidades de negocio, no exploradas por la firma					
<b>Descripción del trabajo (actividades):</b>					
Investigación de mercado/ Reuniones con la dirección de la firma					

<b>Resultado / hito, documentación acreditativa:</b>			
Se emitirá un informe a la finalización de la fase			
<b>FICHA DESCRIPTIVA</b> , <b>Conclusiones del estudio. Plan estratégico a 1,3 y 5 años</b>			
<b>FASE Nº.</b>	<b>1.8-1</b> <b>.11</b>	<b>Fecha de comienzo:</b> 15/07/2020	<b>Fecha de fin:</b> 30/07/2020
<b>Presencial/ On line / Otro (indicad)</b>		Presencial/otros	
<b>Objetivos:</b>			
Conclusiones y presentación del plan estratégico de la firma			
<b>Descripción del trabajo (actividades):</b>			
Análisis interno. Determinación de conclusiones			
<b>Resultado / hito, documentación acreditativa:</b>			
Se emitirá un Plan estratégico a 1,3 y 5 años			

<b>FICHA DESCRIPTIVA</b>		<b>Definición del marketing mix adecuado en cada línea de negocio</b>	
<b>FASE Nº.</b>	<b>2.1</b>	<b>Fecha de comienzo:</b> 01/09/2020	<b>Fecha de fin:</b> 30/09/2020
<b>Presencial/ On line / Otro (indicad)</b>		Presencial/otros	
<b>Objetivos:</b>			
Definir el modelo de negocio a seguir			
<b>Descripción del trabajo (actividades):</b>			
Reuniones con la junta de dirección y los responsables comerciales de la firma. Preparación a nivel de asesoría			
<b>Resultado / hito, documentación acreditativa:</b>			
Se entregará, a la finalización de las fases 2.1 y 2.2, informe donde quede definido el modelo de negocio propuesto			

<b>FICHA DESCRIPTIVA</b>		<b>Desarrollo de estados financieros previsionales</b>	
<b>FASE Nº.</b>	<b>2.2</b>	<b>Fecha de comienzo:</b> 01/10/2020	<b>Fecha de fin:</b> 8/10/2020
<b>Presencial/ On line / Otro (indicad)</b>		Presencial/otros	
<b>Objetivos:</b>			
Tener un plan financiero que recoja el plan de negocio fijado			
<b>Descripción del trabajo (actividades):</b>			
Reuniones con la junta de dirección y los responsables comerciales de la firma. Preparación a nivel de asesoría			

<b>Resultado / hito, documentación acreditativa:</b>
Se entregará, a la finalización de las fases 2.1 y 2.2, informe donde quede definido el modelo de negocio propuesto

FICHA DESCRIPTIVA		Análisis de la situación del desarrollo comercial y de marketing de la firma			
<b>FASE Nº.</b>	3.1	<b>Fecha de comienzo:</b>	09/10/2020	<b>Fecha de fin:</b>	15/10/2020
<b>Presencial/ On line / Otro (indicad)</b>		Presencial/otros			
<b>Objetivos:</b>					
Entender por parte del asesor donde se encuentra la empresa en cuanto a su presentación al mercado					
<b>Descripción del trabajo (actividades):</b>					
Reuniones con la junta de dirección y los responsables comerciales de la firma					
<b>Resultado / hito, documentación acreditativa:</b>					
Fase interna, sin documentación acreditativa					

FICHA DESCRIPTIVA		Determinación de objetivos del plan de marketing			
<b>FASE Nº.</b>	3.2	<b>Fecha de comienzo:</b>	15/10/2020	<b>Fecha de fin:</b>	30/10/2020
<b>Presencial/ On line / Otro (indicad)</b>		Presencial/otros			
<b>Objetivos:</b>					
Recoger los objetivos generales provenientes del plan estratégico y de la definición del modelo de negocio, y bajarlos a un plan de marketing ejecutivo					
<b>Descripción del trabajo (actividades):</b>					
Reuniones con la dirección de la firma					
<b>Resultado / hito, documentación acreditativa:</b>					
Se emitirá informe a la finalización de la fase					

FICHA DESCRIPTIVA		Elaboración de la estrategia			
<b>FASE Nº.</b>	3.3	<b>Fecha de comienzo:</b>	01/11/2020	<b>Fecha de fin:</b>	15/11/2020
<b>Presencial/ On line / Otro (indicad)</b>		Presencial/otros			
<b>Objetivos:</b>					
Definir la estrategia de marketing adecuada a cada línea de negocio					
<b>Descripción del trabajo (actividades):</b>					



Análisis interno, determinación de conclusiones. Reuniones con la dirección de la firma		
<b>Resultado / hito, documentación acreditativa:</b>		
Se emitirá informe a la finalización de la fase		
<b>FICHA DESCRIPTIVA</b> <b>Elaboración de un plan de acción</b>		
<b>FASE Nº.</b> 3.4	<b>Fecha de comienzo:</b> 15/11/2020	<b>Fecha de fin:</b> 30/11/2020
<b>Presencial/ On line / Otro (indicad)</b>	Presencial/otros	
<b>Objetivos:</b>		
Elaboración del plan de acción, mes a mes durante todo el horizonte de trabajo		
<b>Descripción del trabajo (actividades):</b>		
Análisis interno, determinación de conclusiones. Reuniones con la dirección de la firma		
<b>Resultado / hito, documentación acreditativa:</b>		
Se emitirá informe a la finalización de la fase		

<b>FICHA DESCRIPTIVA</b> <b>Preparación del presupuesto de marketing</b>		
<b>FASE Nº.</b> 3.5	<b>Fecha de comienzo:</b> 01/12/2020	<b>Fecha de fin:</b> 15/12/2020
<b>Presencial/ On line / Otro (indicad)</b>	Presencial/otros	
<b>Objetivos:</b>		
Consecución del presupuesto de marketing		
<b>Descripción del trabajo (actividades):</b>		
Análisis interno, determinación de conclusiones. Reuniones con la dirección de la firma		
<b>Resultado / hito, documentación acreditativa:</b>		
Se emitirá informe a la finalización de la fase		

<b>FICHA DESCRIPTIVA</b> <b>Determinación de los mecanismos de control y planes de contingencia</b>		
<b>FASE Nº.</b> 3.6	<b>Fecha de comienzo:</b> 15/12/2020	<b>Fecha de fin:</b> 31/12/2020
<b>Presencial/ On line / Otro (indicad)</b>	Presencial/otros	
<b>Objetivos:</b>		
Consecución del plan de control/ mecanismos de contingencia		
<b>Descripción del trabajo (actividades):</b>		

Análisis interno, determinación de conclusiones. Reuniones con la dirección de la firma
<b>Resultado / hito, documentación acreditativa:</b>
Se emitirá informe a la finalización de la fase

#### C.4. Presupuesto y ayuda solicitada

CONCEPTO DE GASTO	HORAS DEL ASESORAMIENTO	COSTE DEL ASESORAMIENTO	SUBVENCIÓN SOLICITADA
Diagnóstico financiero	370		
Definición modelo de Negocio	130		
Plan de Marketing	300		
<b>TOTAL</b>	<b>800</b>		

#### D. MEDIDAS DE CARÁCTER SOCIOECONÓMICO

D.1. PERSPECTIVA DE GÉNERO		
Nº de trabajadoras en plantilla a fecha 31/12/2019 (A)	Nº de personas con contratos indefinidos (B)	Porcentaje (B/A)
1	5	5 %
Se computará el valor equivalente de personas a jornada completa o Equivalente de Dedicación Plena (EDP) del ejercicio 2019.		

D.2. DIVERSIDAD FUNCIONAL Y OTROS COLECTIVOS DESFAVORECIDOS
<input checked="" type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No
En caso de marcar la opción "Sí", deberá acreditarse junto con la presente memoria de solicitud.

#### D.3. EMPLEO Y CALIDAD DE CONDICIONES DE TRABAJO

Nº de personas en plantilla a fecha 31/12/2019 (A)	Nº de personas con contratos indefinidos (B)	Porcentaje (B/A)
7	5	71,43%

Se computará el valor equivalente de personas a jornada completa o Equivalente de Dedicación Plena (EDP) del ejercicio 2019.

La entidad solicitante tiene implantado un plan de conciliación de la vida laboral y familiar:

Sí  No

En caso de marcar la opción "Sí", deberá aportarse copia del plan firmado con el comité de empresa o acreditación de implantación de medidas asociadas a dicho plan.

D.4. MEDIOAMBIENTE
La entidad solicitante tiene implantado un sistema de gestión medioambiental:
<input type="checkbox"/> Sí <input checked="" type="checkbox"/> No
En caso de marcar la opción "Sí", deberá aportarse copia de la acreditación.

## E. REQUISITOS

### E.1 ANTIGÜEDAD DE EMPRESA

- Sí, indicar la fecha de inscripción en el Registro Mercantil: 05/04/2016
- NO, indicar la fecha de alta en el Impuesto sobre Actividades Económicas (IAE):  
/ /

## E.2 EMPRESA INNOVADORA

1. La empresa desarrollará, en un futuro previsible, productos, servicios o procesos nuevos o mejorados sustancialmente en comparación con el estado de la técnica en su sector y que lleven implícito un riesgo de fracaso tecnológico o industrial.

NO

Sí, y presenta una evaluación realizada por un experto externo que así lo acredita.

El experto externo deberá pertenecer a un organismo público de investigación, de los definidos en el artículo 47 de la Ley 14/2011, de 1 de junio, de la ciencia, la tecnología y la innovación; a una universidad pública, privada o a sus institutos universitarios; o a un centro tecnológico o centro de apoyo a la innovación tecnológica de ámbito estatal, inscrito en el registro de centros creado por el Real Decreto 2093/2008, de 19 de diciembre, por el que se regulan los centros tecnológicos y los centros de apoyo a la innovación tecnológica de ámbito estatal y se crea el registro de tales centros.

*La evaluación sólo se considerará válida cuando esté debidamente motivada.*

2. La empresa presenta documento de un auditor externo del ROAC certificando que los costes de I+D de la empresa representan un mínimo del 10% de sus costes de explotación totales.

NO

Sí, la empresa cuenta con historial financiero y presenta documento de un auditor externo del ROAC certificando que los costes de I+D de la empresa representan un mínimo del 10% de sus costes de explotación totales durante, al menos, uno de los tres años previos a la concesión de la ayuda.

Sí, se trata de una empresa nueva sin historial financiero y presenta documento de un auditor externo del ROAC certificando que los costes de I+D de la empresa representan un mínimo del 10% de sus costes de explotación según la auditoría del ejercicio fiscal en curso.

## E.3 ENCUADRAMIENTO RIS3-CV

**La empresa se encuadra en el eje de desarrollo 1. Calidad de vida. 1.2 Promoción de la salud y sanidad eficiente, E. Dentro del desarrollo de tecnologías sanitarias de tratamiento de rehabilitación y mejora de la autonomía personal . 1.2 E**

En general, gran parte de toda la actividad desarrollada por Utopic Estudios, y en particular el proyecto que ahora se presenta, encuadra dentro del RISC 3-CV.

Ikinsu, es una herramienta de rehabilitación, desarrollada empleando realidad virtual inmersiva, destinada específicamente a pacientes con trastornos cognitivos leves,

especialmente a enfermos de esclerosis múltiple.

Este proyecto se encuadraría en el eje de desarrollo 1. Calidad de vida, entorno hipersectorial, 1.2 promoción de salud E. puesto que se trata de un desarrollo de rehabilitación que mejora de la autonomía personal a través de una mayor interacción entre el rehabilitador y el paciente. Pero, dentro de este mismo entorno hipersectorial y eje, también se encuadra dentro del apartado F., puesto que Ikinsu es un producto que consigue unos resultados más eficientes de cara al usuario y al mercado.

La mayor efectividad conseguida por medio de los ejercicios planteados en Ikigai Neurolab queda justificada en la memoria que se presenta, y, como se argumenta en la memoria, la viabilidad en el mercado del software, se ha evidenciado mediante su exitosa puesta en funcionamiento en distintos centros de rehabilitación.

Tratándose de una herramienta de realidad virtual inmersiva. Ikinsu, además quedaría encuadrado dentro del eje de desarrollo 2. Producto Innovador. Bienes de consumo personalizado. Puesto que se trata de un software personalizado que gracias a su diseño y prestaciones incorpora un valor añadido, como se ha expuesto en la presente memoria, respondiendo a necesidades individuales de clientes. Se trata de un proceso más eficiente, sostenible y competitivo cuya comercialización quiere plantearse, como bien de consumo, a escala nacional e internacional.

## ANEXO

### INFORME DE LA PERSONA O ENTIDAD QUE VA A REALIZAR EL ASESORAMIENTO ESPECIALIZADO

Macaya consulting and trading, sl, empresa fundada en 2009, con larga trayectoria en la prestación de servicios de consultoría a Pymes en distintos ámbitos de la empresa entre los que cabe destacar la optimización de la gestión financiera, la implantación de procesos industriales y de gestión, el desarrollo y seguimiento de métricas adecuadas al negocio, el asesoramiento a nivel estratégico, el acompañamiento en la selección de mercados y estrategias de penetración, la confección de planes de marketing o la profesionalización del Outsourcing y la gestión de compras.

Para la provisión de esos servicios, la firma suele cuenta con un grupo de profesionales diversos con los que coordina las diferentes actuaciones, según de qué se trate la consultoría requerida.

Durante los últimos tres ejercicios, algunos de los proyectos puramente de consultoría en los que la firma ha participado han sido:

SERVICIO	EJERCICIO (1)	IMPORTE (2)	AREA DE ASESORAMIENTO (3)	ASESOR PARTICIPANTE (4)	DURACIÓN	FECHA
Desarrollo estrategia comercial y de marketing	2017		Marketing y comercialización	Jorge Macaya	15 meses	Enero2016-Marzo2017
BREVE DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO						
Trabajos de consultoría para la rápida penetración en el mercado de una firma de nueva creación en el sector de servicios de limpiezas técnicas en la industria. Búsqueda de sectores de interés y clientes específicos. Acompañamiento comercial						
SERVICIO	EJERCICIO (1)	IMPORTE (2)	AREA DE ASESORAMIENTO (3)	ASESOR PARTICIPANTE (4)	DURACIÓN	FECHA
Implantación de Dpto de importación/compras en el extranjero	2017		Organización y procesos	Jorge Macaya	3 Meses	2017
BREVE DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO						
Asesoramiento sobre los trámites de importación desde diferentes países en empresa dedicada al sector de mantenimiento del automóvil. Implementación de los procesos necesarios						
SERVICIO	EJERCICIO (1)	IMPORTE (2)	AREA DE ASESORAMIENTO (3)	ASESOR PARTICIPANTE (4)	DURACIÓN	FECHA
Desarrollo de un sistema de métricas, su seguimiento e impactos	2018		Definición de cuadros de Mando	Jorge Macaya	6 meses	Marzo2019/Sept2019
BREVE DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO						

Definición de un sistema de Cuadro Integral de Mando en empresa dedicada a la distribución de materias primas para la industria						
SERVICIO	EJERCICIO (1)	IMPORTANTE (2)	AREA DE ASESORAMIENTO (3)	ASESOR PARTICIPANTE (4)	DURACIÓN	FECHA
Análisis del mercado	2019		Diagnóstico Estratégico	Jorge Macaya	3 meses	Jun/Jul/Agos 2019
BREVE DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO						
Estudio estratégico del mercado de la realidad virtual en diversos sectores; Valoración de las oportunidades de negocio; Recomendación de un plan estratégico a seguir para una startup en el sector						
SERVICIO	EJERCICIO (1)	IMPORTANTE (2)	AREA DE ASESORAMIENTO (3)	ASESOR PARTICIPANTE (4)	DURACIÓN	FECHA
Gestión económico/ financiera	2019		Gestión Económico-Financiera	Javier Pitarch	3 Meses	Enero2019-Marzo2019
BREVE DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO						
Consultoría para la optimización de la gestión económica y financiera en Pyme del sector construcción						
SERVICIO	EJERCICIO (1)	IMPORTANTE (2)	AREA DE ASESORAMIENTO (3)	ASESOR PARTICIPANTE (4)	DURACIÓN	FECHA
Optimización de procesos productos	2020		Organización y procesos	Jorge Macaya	En proceso. Estimado 5 meses	En proceso
BREVE DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO						
Análisis y optimización de los procesos productivos en empresa manufacturera del sector metalmecánico						

Por parte de **Utopic Estudios**, si se ha pedido nuestra colaboración en los siguientes ámbitos:

- **Diagnóstico estratégico** de las tres líneas de negocio de la firma: Análisis de la firma, del mercado y su competencia; determinación de ventajas competitivas. Elaboración de un plan estratégico a 1, 3 y 5 años vista.
- **Definición del modelo de negocio** con mayores probabilidades de éxito para la empresa, teniendo en cuenta las líneas de negocio actuales
- Desarrollo del **Plan de marketing** completo, que implemente la estrategia y el modelo de negocio previamente expuestos.
- Acompañamiento por parte de nuestro personal desde abril/2020 hasta Diciembre/2020, para la realización de los trabajos anteriormente descritos In-Office, en la modalidad de Interim management, para ayudar en la toma de

decisiones.

Para la realización de los trabajos mencionados, la empresa asignará dos profesionales con la formación y experiencia adecuadas:

**Jorge D. Macaya Garcia.**, Ing. Técnico Ind., Ing. Sup. en Organización Industrial por la UPV. PPD en Logística Integral por ADL (Asoc. desarrollo de la logística), MBA por el Instituto de Empresa, Comprado prof. Avanzado por AERCE (Asociación Española de Profesionales de Compras, Contratación y Aprovisionamientos).

Sobre experiencia profesional, visitar:

[www.linkedin.com/in/jorge-macaya-68947b17](http://www.linkedin.com/in/jorge-macaya-68947b17)

**Javier Pitarch Miralles**, licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad de Valencia, Master Comercio Exterior de la Cámara de Comercio de Castellón. Sobre experiencia profesional visitar:

<https://www.linkedin.com/in/javier-pitarch-miralles-28100129/>